

진화하는 유통업계 이종간 결합... 코스메틱과 동맹 '쑥쑥'

새 먹거리 확보 위해 이종 결합 ↑
뷰티로 외연 확장, 추가 론칭 늘어
젝시믹스, 운동용 뷰티 라인 선보

포스트 코로나 시대를 대비하며 유통업계가 이종 산업 간 결합을 지속 추진하고 있다. 특히 결합이 쉬운 뷰티 분야의 외연 확장을 시도하거나 뷰티 라인을 추가로 론칭하는 사례가 늘고 있다.

4일 유통업계에 따르면 신세계그룹은 최근 국내 1위 보톡스 업체인 휴젤을 인수하기 위해 검토하고 있는 것으로 알려졌다. 화장품에서부터 보톡스까지 뷰티 사업을 자체적으로 꾸려 기존 사업과 결합 효과를 낼 수 있는 방안을 모색하기 위한 차원에서인 것으로 풀이된다.

휴젤의 최대주주인 사모펀드(PEF) 베인캐피탈은 신세계그룹과 GS그룹, SK그룹, 글로벌 전략적 투자자(SI) 등 3~4곳을 대상으로 휴젤 매각 협의를 수의계약 방식으로 진행 중이다.

신세계그룹은 미래 성장동력 확보 차원에서 휴젤에 관심을 보인 것으로 알려졌다. 앞서 신세계 측은 이와 관련, "경쟁력 강화를 위한 다양한 사업을 검토 중"이라고 밝혔다.



젝시믹스 코스메틱 화보 이미지.

/브랜드엑스코퍼레이션

신세계그룹은 국내 보툴리눔독소신 시장에서 선두를 달리는 휴젤 인수를 통해 기존 화장품 사업에 보톡스 사업을 결합한 뒤, 글로벌 뷰티 시장에서 시너지를 내겠다는 전략인 것으로 알려졌다.

정유경 신세계백화점 총괄사장은 10여년 전 비디비치를 시작으로 명품 화장품 브랜드 뽀아레까지 신세계인터내셔널을 통해 뷰티 사업에 공을 들이고

있는데, 휴젤이 올해부터 중국 현지 판매에 돌입한 것이 인수 추진의 배경이었다. 정 총괄사장이 신세계인터내셔널의 화장품 브랜드와 휴젤을 통한 보톡스를 활용해 뷰티 서비스를 강화해나갈 것으로 전망된다.

국내 1위 레깅스 업체이자 애슬레저 전문 브랜드 제시믹스는 코스메틱 라인을 신선했던 뒤 이를 적극 활성화하고 있다.

젝시믹스는 전용 '코스메틱 랩(LAB)'을 마련, 지속적인 제품 개발 연구와 수백 번의 샘플링 테스트를 진행하고 있다. 현재 업계 최초로 애슬레저에 특화된 코스메틱 제품 라인을 선보이고 있다.

운동을 앞두고 발림성 있게 바를 수 있고 격렬한 운동 시에도 잘 지워지지 않는 립틴트 제품 외에 '한올 타투틴트 헤어 앤 브로우', 팜과 물에 강하며 라이너와 브로우를 하나에 담은 '딱풀 젤펜슬 라이너 앤 브로우', '시스루 톤업베이스', 여름을 앞둔 상황별 선크림 2종 등 전문적이고 세세한 라인업을 계속 내놓고 있다.

젝시믹스에 따르면 코스메틱 라인은 뷰티 시장 진입과 동시에 고객 신뢰를 받으며 팔목할 만한 성과를 내고 있다. '벨벳 크림 & 젤리 볼륨 타투 립틴트'는 4월 첫째 주 일주일간 제시믹스 판매 순위에서 단일 품목 중 1위를 했으며 나머지 제품들도 초도 물량 완판을 마치고 재주문을 진행 중이다. 지난 3월 공식 론칭한 제시믹스 코스메틱의 판매량은 4월에 약 12배의 판매량을 보인 바 있다.

글로벌 니치 향수 브랜드로 잘 알려진 바이레도도 지난해 말 메이크업 라인을 국내에 출시해 절찬 판매 중이다.

세계적인 메이크업 아티스트 이사마야 프렌치와 손잡고 2년여 간의 준비 기간 끝에 브랜드 최초로 메이크업 라인 첫 선을 보인 것이다.

종류는 립스틱, 립밤, 멀티 컬러 스틱, 마스크라, 아이라이너, 아이섀도우 등 총 6종이며 바이레도는 용기의 모양과 디자인도 각각의 기능과 용도, 비율, 그림감 등을 고려해 심혈을 기울여 선보이고 있다.

바이레도는 현재 주력 제품인 향수 외에 메이크업 제품을 적극적으로 광고하며 뷰티업계에 가치소비 트렌드 속 대표 스톱 렉서리 아이템으로 자리매김 한다는 계획이다.

유통업계 한 관계자는 이종산업간 융합으로 산업간 경계가 모호해지는 현상(빅블러)에 관해 "업계가 새로운 먹거리를 찾기 위해 화장품 시장의 문을 두드리고 있다. 제품 개발 및 론칭이 상대적으로 쉬우면서도 고객과의 접점을 빠르게 확대할 수 있기 때문"이라며 "국내에서도 백신 접종이 본격적으로 속도를 내면서 뷰티업계가 활기를 되찾았다는 점도 화장품 시장 진출에 긍정적으로 작용하고 있다"고 밝혔다.

/원은미 기자 silverbeauty@metroseoul.co.kr

롯데온, 인기상품 총출동... 최대 70% 할인

완판템 모은 '퍼스트먼데이' 진행
커피체어 등 인기상품 라방 판매

6월 인기 상품이 롯데온에 총출동한다.

롯데온은 오는 5일 '완판템'을 모아 7월 퍼스트먼데이를 진행한다고 4일 밝혔다.

행사 당일 사용 가능한 20% 할인 쿠폰 및 10% 추가 카드 할인 혜택을 제공한다. 특히 이번 퍼스트먼데이에서는 6월 한달간 진행했던 '딜(Deal) 행사' 상품 중 매출 상위 상품과 준비된 수량을 모두 소진한 일명 '인기 완판템'을 최대 70% 할인 판매한다. '딜 행사'는 롯데

온이 매일 3000여 상품을 일정 시간 동안 특가에 한정 판매하는 이벤트다.

대표적으로 여름철 건강관리를 위한 상품 '종근당 건강 락토포 골드(30입×3개)'를 최종 혜택가 3만7064원에 'CJ 바이오20억 식물성유산균 패밀리(30포×3박스)'를 최종 혜택가 1만6500원에 판매한다. 시원한 여름을 나기 위한 패션 상품으로는 '지오다노 쿨맥스 세미와이드핏 슬랙스'를 최종 혜택가 1만4250원에, '몰라웨어 원마일 크롭 레깅스'를 최종 혜택가 9900원에 선보인다.

또, 롯데온은 최근 인기를 얻고 있는 상품 3개를 선정해 행사 당일 라이브 방송으로 저렴한 가격에 선보인다. 오전

11시에는 오랜 시간 앉아 있는 직장인들에게 인기 있는 '에이블루 커블 체어'를 최대 30% 할인된 가격에 선보이며, '종근당 건강 뉴락토포 골드'와 '휴스톰 물걸레 청소기'를 각각 오후 3시와 7시에 라이브 방송으로 판매한다.

오는 11일까지는 '애프터워크'를 진행해 퍼스트먼데이 수준의 혜택을 일주일간 이어간다. 애프터워크 기간에 사용할 가능한 최대 15% 할인 쿠폰을 비롯해 카드사별 최대 7% 할인 혜택을 제공한다. 또한 일주일 간 앱(APP)에서 5만원 이상 2회 이상 결제 시 엘포인트 3000점을 적립해준다.

/신원선 기자 tree6834@

이마트, 자체브랜드 생수 라벨 없앤다

연간 약 1억 병 라벨 감축

이마트가 자체브랜드(PB) 생수를 무라벨 상품으로 전환해 친환경 경영에 속도를 낸다.

이마트는 피코크, 노브랜드 생수를 무라벨로 출시하고, 5일부터 점포별 순차적으로 판매에 나선다고 4일 밝혔다.

대상 상품은 '피코크 트루워터(2L×6/3480원·사진)', '피코크 트루워터(330ml×20/4800원)', '노브랜드 미네랄워터(2L×6/1980원)'로, 라벨이 붙어 있던 기존 제품은 재고 소진 후 더 이상 판매하지 않는다.

제품명 및 수원지, 유통기한 등은 뚜껑에 표기하거나 개별 페트병 상단에 각인했으며, 무기질 함량 등 상세 정보는 묶음용 포장에 기입했다.

트레이더스 역시 올 7월 중 'T스탠다드 마이워터(2L×6/1880원)'를 무라벨



로 출시할 예정이며, 향후 자체브랜드가 아닌 일반 생수 및 500ml 제품도 무라벨로 변경한다는 방침이다.

지난해 기준 피코크 트루워터, 노브랜드 미네랄워터가 포함 5000만여 병의 판매량을 기록했고 T스탠다드 마이워터는 4500만여 병 판매된 점을 감안하면, 연간 약 1억 병의 생수에 라벨로 사용되는 플라스틱을 감축할 것으로 기대된다.

무라벨 생수는 개별 페트병에 비닐 라벨을 부착하지 않기 때문에 비닐 폐기물을 획기적으로 감소시킬 수 있다.

/신원선 기자

“롯데백서 마블과 함께 여름휴가 보내세요”

김포공항점에 '마블 스테이션'
여름기간 체험형 콘텐츠 강화
본점에서 미디어아트 전시도

롯데백화점이 체험형 콘텐츠를 통해 여름방학과 휴가 기간 중 해외여행을 가지 못하는 고객들에게 새로운 경험을 제공한다.

롯데백화점 본점에 지난 6월 오픈한 대형 미디어아트 전시관 '그라운드 시소 명동'이 대표적이다.

첫번째 전시 '블루룸'은 국내 정상급 크리에이티브 스튜디오 해비탄트(HABITANT)와 협업해 제작했다. '각성으로의 여행'이라는 콘셉트 아래 강렬한 푸른빛이 전시장을 가득 채우는 '푸른 빛의 만남'을 시작으로 한 편의 영화처



롯데백화점 김포공항점의 마블 어벤져스 스테이션 전경.

/롯데쇼핑

럼 8개 챗터가 50분간 순차적으로 상영된다. 최대 높이 6m에 달하는 70대 이상의 대형 프로젝터를 배경으로 별도 동선없이 자유로이 관람할 수 있다.

김포공항점에 오픈한 '마블 어벤져

스 스테이션'도 있다. 해당 공간은 영화 '어벤져스'의 두터운 팬심을 바탕으로 전세계 20개 이상의 도시에서 성황리에 진행된 글로벌 전시다. 2190㎡(663평)의 초대형 규모로 어벤져스 주인공인 블랙위도우, 아이언맨, 캡틴 아메리카 등 히어로들의 영화 속 의상을 대형 피규어로 선보일 뿐 아니라, 직접 어벤져스 스테이션의 요원이 돼 훈련 과정을 체험해 볼 수 있다.

그 동안 눈으로만 보던 전시들과 달리 영화 속 세트와 히어로들의 의상과 장비를 직접 경험해볼 수 있어, 마니아층을 포함한 아동 동반 가족 및 MZ세대 커플들의 데이트 명소로도 큰 인기를 끌고 있다.

마블 '블랙위도우' 개봉을 맞아 영화 개봉 당일인 7월 7일 단 하루 동안 티몬에서 50% 할인된 가격에 티켓을 판매하는 행사도 진행한다.

/신원선 기자

CJ제일제당 '고메 프리미엄 피자' 라인업 확대

칠리 핫도그 등 신제품 2종 선보여

CJ제일제당이 '고메 프리미엄 피자' 라인업을 확대하며 냉동피자 시장 키우기에 나섰다. CJ제일제당은 '고메 칠리 핫도그 피자'와 '고메 갈릭베이컨치즈 피자' 등 고메 프리미엄 피자 신제품 2종(사진)을 출시했다고 4일 밝혔다.

'고메 칠리 핫도그 피자'는 미국의 길거리 대표 음식인 칠리 핫도그를 피자 위에 담아낸 제품이다. 노릇노릇한 체다모짜렐라 치즈에 소시지와 햄, 볶은 양파 플레이크 토핑, 매콤한 할라피노



피클소스를 올렸다.

'고메 갈릭베이컨치즈 피자'는 짭조름한 체다모짜렐라 치즈와 마늘크림소스가 '단짠단짠'의 맛을 낸다. 특유의 진한 훈연향을 내는 베이컨과 바삭한 양파 플레이크를 토핑으로 올렸다.

/조효정 기자 princess@